

## PRESSENOTIZ

### **Fridays for Future-Bewegung demonstriert in Madrid zur UN-Klimakonferenz: Studie zum Informationsverhalten zeigt großes Interesse aber auch Frust über Verharmlosung des Themas Klima**

- Laut einer neuen Studie der Vodafone Stiftung informiert sich die große Mehrheit der jungen Menschen in Deutschland regelmäßig zu politischen Themen, wie der Fridays for Future-Bewegung
- Jeder zweite Jugendliche bekräftigt starkes oder gar sehr starkes Interesse an den Fridays for Future-Demonstrationen
- Inhaltlich beschäftigt junge Menschen der Vorwurf, sich an Protesten zu beteiligen, um nicht zur Schule zu gehen

**Berlin, 05.12.2019.** Bis zum 13.12.2019 verhandeln 196 Staaten und die Europäische Union im Rahmen der UN-Klimakonferenz, wie das Pariser Klimaabkommen verwirklicht werden kann. Morgen möchte Greta Thunberg, das Gesicht der Fridays for Future-Bewegung, zusammen mit anderen Aktivist\*innen in Madrid demonstrieren.

Neben der Beteiligung vieler junger Menschen, ist auch das generelle Interesse an der Fridays for Future-Bewegung sehr hoch, wie die aktuelle Studie der Vodafone Stiftung „Alles auf dem Schirm“ bestätigt. Befragt wurden 14- bis 24-Jährige über das Informationsverhalten zu politischen Themen wie Europawahl, Urheberrecht, Brexit und Fridays for Future.

Rund die Hälfte der Befragten (51 Prozent) geben in der Studie ein starkes oder sehr starkes Interesse an der Fridays for Future Bewegung an. Diejenigen, die sich täglich über politische Themen informieren, äußern sogar zu 61 Prozent ein starkes oder sehr starkes Interesse daran und damit deutlich häufiger als diejenigen, die sich weniger als einmal pro Woche politisch informieren (34 Prozent).

Bezüglich der eigenen Mediennutzung geben die Befragten im Durchschnitt an, sich anhand von etwa drei verschiedene Quellen zu der Fridays for Future-Bewegung zu informieren. Jede/r zweite 14- bis 24-Jährige setzt dabei auf persönlichen Austausch (49 Prozent) und das Fernsehen (48 Prozent). Auffällig ist zudem, dass sich vor allem junge Erwachsene über das Radio (37 Prozent) informieren, während Jugendliche dagegen verstärkt Instagram (25 Prozent) und YouTube (23 Prozent) nutzen. Zusammengefasst nach Mediengruppen stellen Face-to-Face-Interaktionen (62 Prozent) und klassische Medien (60 Prozent) die zentralen Informationskanäle dar, gefolgt von sozialen Medien (44 Prozent) und Online-Nachrichten Anbietern (41 Prozent). Proportional zur Nutzung steigt tendenziell auch das Vertrauen der jungen Menschen in die jeweiligen Mediengruppen, wobei klassischen Medien etwas mehr Vertrauen entgegengebracht werden als persönlichem Austausch.

7 Prozent gaben an, in Bezug auf Fridays for Future bereits auf Fake News gestoßen zu sein. Facebook (37 Prozent), Nachrichten-Apps (29 Prozent) und das Fernsehen (27 Prozent) gelten dabei als häufigste Quellen für Falschnachrichten. Inhaltlich beschäftigt die Jugendlichen, die Falschnachrichten benennen können, insbesondere der Vorwurf, die Schüler würden sich nur an den Protesten beteiligen, um Schule zu schwänzen. Auch die Leugnung oder Verharmlosung des Klimawandels sowie Zweifel an Greta Thunberg und ihren Motiven sind häufig genannte Fake News.

Die gesamte Studie „Alles auf dem Schirm“ finden Sie [hier](#).

---

#### Pressekontakt:

**Laura Schubert**  
Kommunikationsmanagerin

Vodafone Stiftung Deutschland  
gemeinnützige GmbH  
Behrenstraße 18  
10117 Berlin

Mobil: 0172 1015700  
laura.schubert@vodafone.com  
www.vodafone-stiftung.de

---

#### Unsere Social Media Kanäle:

 [www.twitter.com/vf\\_stiftung](https://www.twitter.com/vf_stiftung)

 [facebook.com/vodafonestiftung](https://facebook.com/vodafonestiftung)

 [youtube.com/vodafonestiftung](https://youtube.com/vodafonestiftung)

#### **Methodik**

Die Erhebung wurde vom Befragungsinstitut Infratest dimap Gesellschaft für Trend- und Wahlforschung mbH durchgeführt. Die Grundgesamtheit für die Befragung bildeten deutschsprachige junge Menschen im Alter von 14 bis 24 Jahren in Privathaushalten in Deutschland, die das Internet nutzen. Die Erhebung wurde vom 29. Mai bis zum 11. Juni 2019 durchgeführt und als Online-Erhebung (Computer Assisted Web Interviewing = CAWI) angelegt. Insgesamt nahmen 2.149 Jugendliche an der Studie teil, davon 1.100 im Alter von 14 bis 19 Jahren und 1.049 im Alter von 20 bis 24 Jahren.

#### **Über die Vodafone Stiftung Deutschland**

Die digitale Welt aktiv zu gestalten, erfordert neue Kompetenzen. Wir müssen neue Technologien verstehen, Veränderungen kritisch hinterfragen und gemeinsam kreative Lösungen für die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts schaffen. Deshalb denkt die Vodafone Stiftung Bildung für die digitale Gesellschaft neu. Gemeinsam mit Vorreitern aus Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft forschen wir, engagieren uns in gesellschaftspolitischen Debatten und entwickeln innovative Bildungsangebote. [www.vodafone-stiftung.de](http://www.vodafone-stiftung.de)

---

#### **Pressekontakt:**

**Laura Schubert**  
Kommunikationsmanagerin

Vodafone Stiftung Deutschland  
gemeinnützige GmbH  
Behrenstraße 18  
10117 Berlin

Mobil: 0172 1015700  
[laura.schubert@vodafone.com](mailto:laura.schubert@vodafone.com)  
[www.vodafone-stiftung.de](http://www.vodafone-stiftung.de)

---

#### **Unsere Social Media Kanäle:**

 [www.twitter.com/vf\\_stiftung](https://www.twitter.com/vf_stiftung)

 [facebook.com/vodafonestiftung](https://facebook.com/vodafonestiftung)

 [youtube.com/vodafonestiftung](https://youtube.com/vodafonestiftung)